

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Pengaruh Sosialisasi, Pengetahuan, dan Promosi terhadap minat menggunakan *Peer to peer Lending*, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tidak ada pengaruh positif dan signifikan dari variabel sosialisasi terhadap minat menggunakan *peer to peer lending*. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} (1,371) < t_{tabel} (1,669)$ dan nilai signifikansi sebesar 0,175 (Sig. > 0,05).
2. Ada pengaruh positif dan signifikan dari variabel pengetahuan terhadap minat menggunakan *peer to peer lending*. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} (5,107) > t_{tabel} (1,669)$ dan nilai signifikansi sebesar 0,000 (Sig. < 0,05).
3. Ada pengaruh positif dan signifikan dari variabel promosi terhadap minat menggunakan *peer to peer lending*. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} (4,026) > t_{tabel} (1,669)$ dan nilai signifikansi sebesar 0,000 (Sig. < 0,05).
4. Ada pengaruh positif dan signifikan dari variabel sosialisasi, pengetahuan dan promosi secara simultan terhadap minat menggunakan *peer to peer lending*. Hal ini dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} (58,534)$ dan $F_{tabel} (2,75)$ maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 0,000 atau Sig. $t_{hitung} < 0,05$.

B. Saran

1. Sosialisasi yang dilakukan oleh perusahaan *fintech*, OJK atau pemerintah harusnya bisa lebih gencar lagi dalam memberikan informasi tentang produk-produk *fintech*. Dengan tujuan, agar masyarakat khususnya mahasiswa lebih memahami 'apa itu *fintech*'. Dan untuk masyarakat khususnya mahasiswa agar mengikuti dan memperhatikan sosialisasi yang diadakan/disampaikan oleh pihak terkait, agar lebih mengetahui konsep

yang ditawarkan oleh *fintech* dan juga mengetahui keuntungan/resiko apa saja yang akan diperoleh nasabah.

2. Mengenai pengetahuan, sebaiknya perusahaan *fintech*, OJK atau pemerintah untuk lebih mengedukasi dengan beberapa cara yang inovatif agar masyarakat khususnya mahasiswa lebih tertarik untuk mengetahui seluk-beluk *peer to peer lending*. Karena dengan adanya pengetahuan yang luas mengenai *fintech*, maka akan semakin besar kemungkinan masyarakat untuk menggunakan produk yang ditawarkan tersebut.
3. Mengenai promosi yang dilakukan pihak terkait, selain dengan cara menginformasikan produk agar masyarakat lebih tahu, bisa juga dengan diadakannya promosi yang bisa membuat masyarakat tertarik. Misalnya, salah satu contoh dengan diadakannya bunga rendah untuk para *borrower* atau keuntungan yang cepat kembali untuk para *lending*.
4. Mahasiswa seharusnya dapat lebih meningkatkan kualitas pengetahuan dan pemahaman mengenai layanan keuangan berbasis teknologi, dengan cara mencari informasi dan mengikuti sosialisasi yang diadakan perusahaan *fintech*, OJK atau pemerintah.

